

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Identitas Responden

Berdasarkan hasil sebaran kuesioner mengenai strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan iklan pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru terhadap 76 orang pelanggan diperoleh hasil penelitian meliputi : karakteristik responden, strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan iklan. Untuk lebih jelasnya hasil penelitian tersebut diuraikan satu persatu sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ada dua jenis responden yang umumnya berjenis kelamin pria dan wanita. Mengenai karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5.1: Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	46	60.5%
Wanita	30	39.5%
Jumlah	76	100%

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Tabel 5.1 diatas menunjukkan mengenai responden menurut jenis kelamin. Sebanyak 46 orang (60.5%) responden berjenis kelamin pria dan 30 orang (39.5%) berjenis kelamin wanita.

b. Karakteristik Tingkat Umur Responden

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat umur responden berkisar antara 30 tahun sampai 54 tahun. Untuk lebih jelasnya tingkat umur responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.2 : Tingkat Umur Responden

Tingkat Umur	Jumlah	Persentase
30-40	21	27.63%
41-50	40	52.63%
>50	15	19.74%
Total	76	100.00%

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel 5.2 diatas dapat dilihat responden yang berumur 30-40 orang berjumlah 21 orang atau 27,63 %, umur 41-50 tahun berjumlah 40 orang atau 52,63 %, dan responden yang berumur lebih dari 50 tahun berjumlah 15 orang atau 19,74 %.

Dengan demikian responden umumnya berumur antara 41 – 50 tahun menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat umur responden maka menunjukkan semakin matang dalam memberikan jawaban dalam pertanyaan yang diajukan. Dapat dilihat diatas menunjukan bahwa responden banyak yang berusia 41-50 tahun.

c. Karakteristik Tingkat Pendidikan

Berdasarkan penelitian, diketahui bahwa responden umumnya S1 dan D3 yang menunjukan kemampuan merespon analisa pertanyaan untuk pengambilan keputusan. Untuk lebih jelasnya tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.3 : Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	12	15.79%
D3	15	19.74%
S1	44	57.89%
S2	5	6.58%
Total	76	100.00%

Sumber: Data Olahan, 2014

Dari tabel 5.3 diatas dapat diketahui responden dengan pendidikan SMA jumlah 12 orang atau 15,79 %, D3 sebanyak 15 orang atau 19.74%, S1 sebanyak 57.89% dan S2 sebanyak 5 orang atau 6.58%.

5.2. Deskripsi Variabel

Penelitian ini membahas tentang strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan iklan pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru. Penulis telah melakukan penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan dan kemudian dianalisis. Berikut merupakan penjelasan variabel-variabel penelitian secara deskriptif yaitu :

5.2.1. Orang atau *People* (X₁)

Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen dapat disebut sebagai penjual. Dengan kata lain, dalam pengertian yang lebih luas, pemasaran merupakan pekerjaan semua personel organisasi jasa. Oleh karena itu semua pelaku karyawan jasa harus diorientasikan kepada konsumen. Organisasi jasa harus merekrut dan mempertahankan karyawan yang mempunyai *skill*, sikap, komitmen, dan kemampuan dalam membina hubungan baik dengan konsumen.

Orang atau *people* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari “*People*” adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa.

Selanjutnya secara keseluruhan dapat dilihat tanggapan responden tentang rekapitulasi orang atau *people* pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru dapat dilihat pada tabel bawah ini :

Tabel 5.4 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Orang atau *People*

No	Orang (<i>People</i>)	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Kesopanan keramahan serta perhatian dalam menghadapi konsumen sudah baik.	8	31	29	8	0	76
2	Kerja sama karyawan sudah baik.	11	26	26	13	0	76
3	Komunikasi yang diterapkan karyawan sangat baik.	7	42	22	4	1	76
4	Memiliki sumber daya manusia yang tinggi	6	23	36	11	0	76
	Jumlah	32	122	113	36	1	304
	Persentase (%)	42,1	1,60	1,48	47,3	1,31	100,00 %

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Dari rekapitulasi tabel 5.4 tentang orang (*people*) diketahui bahwa responden menyatakan sangat setuju sebesar 42,1 %, responden menyatakan setuju sebesar 1,60 % responden, kemudian responden menyatakan netral sebesar 1,48 % responden , berikutnya responden menyatakan tidak setuju sebesar 47,3 % responden, dan responden

yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1,31 % responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa variabel orang atau *people* pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru sudah bagus. Dimana perilaku karyawan selama melayani pelanggan telah sesuai yang diharapkan oleh pelanggan dalam melakukan pemasangan iklan, mutu iklan yang disiarkan sudah memuaskan, dan kebanggaan terhadap menggunakan produk (iklan) yang diharapkan pelanggan.

5.2.2 Proses atau Process (X2)

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Selain itu keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa.

Proses adalah semua prosedural aktual, mekanisme, dan aliran aktifitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu usaha perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Untuk perusahaan jasa, kerja sama antar pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya.

Dari semua deskripsi indikator tentang proses atau *process* yang diberikan kepada pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.5 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Proses atau *Process*

No	Proses atau <i>Process</i>	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Proses selama berlangganan telah memberikan kepuasan pada pelanggan Rtv.	10	28	27	10	1	76
2	Prosedur yang dilewati tidak terlalu banyak.	6	35	23	11	1	76
3	Telah memberikan kecepatan pelayanan terhadap pelanggan nya .	16	24	25	11	1	76
4	Memiliki jadwal jam operasional kerja dengan tetap.	13	35	19	7	2	76
	Jumlah	45	122	94	39	5	305
	Persentase (%)	5,92	1,60	1,23	5,13	6,57	100,00 %

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Berdasarkan rekapitulasi tabel 5.5 diatas tentang variabel proses atau *people* responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5,92 % , menyatakan setuju sebanyak 1,60 % responden, menyatakan netral sebanyak 1,23 % , menyatakan tidak setuju sebanyak 5,13 % , dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6,57 responden pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa untuk variabel proses selama yang dilalui pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru sudah bisa membuat pelanggan puas dan tidak kecewa.

5.2.3 Bukti Fisik atau *Physical Evidence* (X3)

Merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen, untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam *physical evidence* antara lain lingkungan fisik,

dalam hal ini bangunan fisik, perabot/peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya. Selain itu atmosfir dari perusahaan yang menunjang seperti visual, aroma, suara, tata ruang,dll.

Berikut disajikan deskripsi tanggapan responden mengenai bentuk fisik pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru dapat dilihat pada uraian dibawah ini :

Tabel 5.6 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bentuk Fisik atau *Physical Evidence*.

No	Promosi	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	PT. Riau Media Televisi Mempunyai tempat parkir yang luas	21	39	12	4	0	76
2	Kedaaan dan kondisi lingkungan yang kondusif	5	28	26	17	0	76
3	Memiliki bangunan dan kenyamanan ruangan yang sangat besar	6	29	27	14	0	76
4	Dekorasi ruangan yang sangat bagus dan memberikan kenyamanan.	1	29	37	8	1	76
	Jumlah	33	125	102	43	1	304
	Persentase (%)	43,42	1,64	1,34	56,57	1,31	100,00 %

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014

Berdasarkan rekapitulasi tabel 5.6 diatas, tentang variabel bentuk fisik yang menyatakan sangat setuju sebanyak 43,42 % responden, menyatakan setuju sebanyak 1,64 % responden, yang menyatakan netral sebanyak 1,34 % responden, menyatakan tidak setuju sebanyak 56,57 responden, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1,31 % responden. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan bentuk fisik pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru sudah dikatakan cukup baik.

5.2.4 Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan konsumen pada dasarnya merupakan sesuatu yang sangat relatif dan subjektif. Ini terjadi karena kualitas pelayanan yang di nilai sama oleh seseorang namun dirasakan berbeda. Kondisi ini bisa terjadi apabila konsumen atau pelanggan sedang dalam kondisi psikologis yang berbeda. Namun ada juga beberapa faktor atau indikator yang sering dijadikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berikut ini ditampilkan rekapitulasi tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan dari deskripsi semua kepuasan pelanggan, maka rekapitulasi tentang variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.7 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Kepuasan pelanggan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	Keseluruhan produk jasa yang ditawarkan memenuhi kepuasan pelanggan	14	36	26	0	0	76
2	Dari produk jasa yang telah pelanggan gunakan mendorong pelanggan untuk memasang lagi	13	39	23	1	0	76
3	Pelanggan telah banyak mendapatkan keuntungan setelah berlangganan.	15	37	21	3	0	76
4	Produk jasa yang ditawarkan sudah memenuhi kepuasan pelanggan	8	33	27	8	0	76
	Jumlah	58	145	97	12	0	312
	Persentase (%)	76,31	1,90	1,27	15,78	0	100,00 %

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian, 2014.

Berdasarkan rekapitulasi tabel 5.8 diatas bahwa mengenai pertanyaan tentang variabel kepuasan pelanggan responden yang menyatakan sangat setuju

sebanyak 76,31 % responden, menyatakan setuju sebanyak 1,90 % responden, yang menyatakan netral sebanyak 1,27 % responden, menyatakan tidak setuju sebanyak 15,78 % responden. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru kategori baik.

5.3 Uji validitas dan reliabilitas

5.3.1 Uji Validitas

Pada program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* teknik pengujian yang digunakan korelasi *Corrected Item-total Correlation*. Uji dalam penelitian ini untuk mengetahui valid suatu variabel dilakukan pengujian dengan menggunakan teknik Validity analysis dengan nilai korelasi diatas 0,3.

Tabel 5.8 : Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Orang	X1	.676	0,226	Valid
	X1	.656	0,226	Valid
	X1	.620	0,226	Valid
	X1	.356	0,226	Valid
Proses	X2	.598	0,226	Valid
	X2	.570	0,226	Valid
	X2	.588	0,226	Valid
	X2	.555	0,226	Valid
Bukti Fisik	X3	.355	0,226	Valid
	X3	.619	0,226	Valid
	X3	.470	0,226	Valid
	X3	.547	0,226	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	.630	0,226	Valid
	Y2	.518	0,226	Valid
	Y3	.535	0,226	Valid
	X4	.557	0,226	Valid

Sumber : Data olahan tahun 2014

Tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, nilai korelasi semua item masing-masing variabel orang, proses, bukti fisik dan kepuasan pelanggan > 0,30. Dengan demikian bahwa setiap item pernyataan masing-masing variabel mampu menjelaskan

variabelnya. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memenuhi syarat untuk valid.

5.3.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif sama atau tidak berbeda (*relative konsisten*), bila dilakukan pengulangan pengukuran terhadap obyek yang sama. Dalam penelitian ini pengukuran menggunakan teknik *Croanbach alpha*. Alat ukur dapat dikatakan andal apabila memiliki alpha lebih dari 0,60 Ghozali, (2005:42).

Tabel 5.9 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefesien Alfa	Keputusan
Orang	0,796	Reliabel
Proses	0,775	Reliabel
Bukti Fisik	0,706	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,760	Reliabel

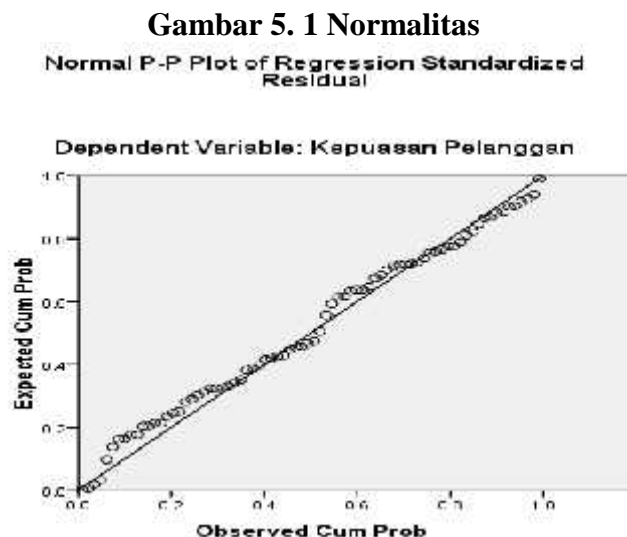
Sumber : Data olahan tahun 2014

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji reliabilitas, nilai *coronbach's alpha* masing-masing diatas 0,60. Dengan demikian masing-masing variabel reliabel.

5.4 Uji Normalitas Data Penelitian

Uji normalitas diperlukan dalam melakukan pengujian hipotesis untuk dapat melihat normalis data dalam penelitian ini dapat dilihat dari grafik normal *probability plot*. Jika *ploting* data terletak pada garis diagonal atau mendekati, berarti data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya bila dipotong data menjahui garis diagonal, berarti data tersebut tidak berdistribusi normal.

Hasil penelitian dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Sumber : Data Hasil Olahan

Berdasarkan penelitian diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk lebih memastikan apakah terpenuhinya asumsi normalitas, maka dapat dilakukan uji *Kolmogorov Smirnov*.

5.5 Uji Asumsi Klasik

Agar model persamaan regresi tersebut dapat diterima secara ekonometrik, maka harus memenuhi asumsi klasik, yaitu bebas dari autokorelasi, heteroskedastisitas dan multikolinearitas.

5.5.1 Pengujian Autokorelasi

Uji ini dilakukan untuk menunjukan ada tidaknya gejala korelasi serial yaitu kondisi yang terdapat ketika residu tidak

independen satu sama lain. Secara sederhana, gejala ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat dengan test statistik Durbin-Watson.

Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. 10 : Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.901 ^a	.811	.804	1.02677	1.844

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Orang, Proses

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui nilai d_{hitung} (Durbin Watson) terletak antara -2 dan 2 = $-2 < 1,844 < +2$. Dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukannya autokorelasi dalam model regresi.

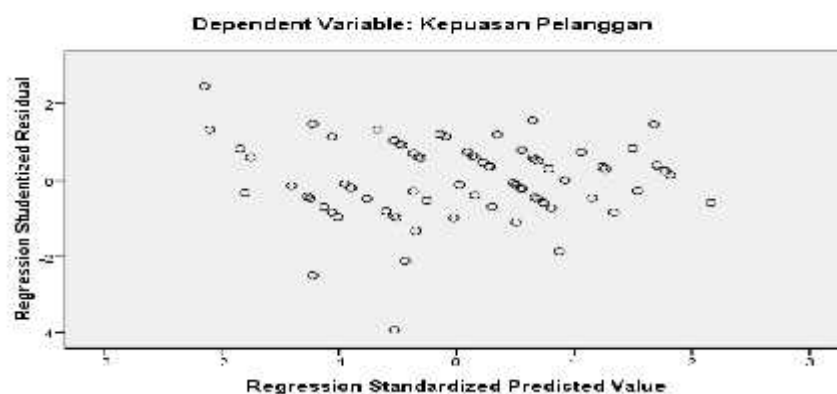
5.5.2 Pengujian Heteroskedastisitas

Tujuannya adalah untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari 1 pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 5.2

Scatterplot



Sumber : Data Olahan SPSS Versi 17

Berdasarkan grafik di atas, terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

5.5.3 Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen, maka dilakukan Uji Multikolinearitas. Model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika Variance Inflation (VIF) < 10, dan mempunyai angka tolerance mendekati 1. Hasil Uji Multikonearitas dapat dilihat pada Tabel dibawah ini :

Tabel 5.11 : Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Orang	.684	1.462
	Proses	.348	2.871
	Bukti Fisik	.339	2.949

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 17

Dari hasil perhitungan nilai VIF dan tolerance pada hasil analisis data diatas, diperoleh nilai VIF untuk variabel orang sebesar 1.462, dengan nilai tolerance 0,684, dan variabel proses dengan nilai VIF sebesar 2.871, dengan nilai tolerance 0,348, selanjutnya variabel bukti fisik dengan nilai VIF sebesar 2.949, dengan nilai tolerance 0,339.

Dari hasil perhitungan hasil analisis data diatas, maka diperoleh nilai VIF untuk seluruh variabel bebas < 5. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas dan data ini layak untuk diuji.

5.6 Analisa Data

Penelitian ini merupakan studi empiris (*emprical study*) yaitu studi tentang fakta/data yang nyata yang dikumpulkan dan diuji secara sistematis. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data silang tempat (*Cross section*) yaitu data yang dikumpulkan pada suatu titik waktu dan pengamatan dilakukan pada individu yang berbeda pada saat yang sama.

Data-data yang diperlukan telah dikumpulkan dan dikalkulasikan sesuai dengan formula-formula yang telah dikemukakan pada bab dua untuk masing-masing variabel. Data-data ini untuk selanjutnya diolah dengan bantuan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 17.

Pelaksanaan analisis data yang dikumpulkan dengan cara menggunakan analisis statistik, metode regresi linear berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, variabel bebas dan variabel terikat.

Regresi Linear Berganda, yaitu suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel terikat (devenden variabel) dengan dua atau lebih variabel (indeviden variabel) dan hubungan antara variabel terikat (kepuasan pelanggan) dengan variabel bebas (orang, proses dan bukti fisik). Berikut adalah hasil pengujian regresi linear berganda:

Tabel 5.12 : Hasil Perhitungan Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.288	.764		2.995 .004
	Orang	.239	.055	.267	4.314 .000
	Proses	.290	.069	.363	4.191 .000
	Bukti Fisik	.384	.084	.399	4.541 .000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Hasil Olahan

Persamaan regresi dari hasil perhitungan statistik didapat sebagai berikut :

$$Y = + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 + e$$

$$Y = 2,288 + 0,239 + 0,290 + 0,384 + e$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 2,288. Artinya adalah apabila variabel independen diasumsikan nol (0), maka kepuasan pelanggan sebesar 2,288.
2. Nilai koefisien regresi variabel orang sebesar 0,239. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan orang sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,239 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel proses sebesar 0,290. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan proses sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,290 dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel bukti fisik sebesar 0,384. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan bukti fisik sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,384 dengan asumsi variabel

lain tetap.

5. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

Untuk membuktikan kebenaran hipotesa secara keseluruhan, digunakan Uji F dengan membandingkan F hitung dengan F tabel pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ jika F hitung $> F$ tabel maka variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebasnya. Berarti ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Selanjutnya untuk membuktikan hipotesis secara parsial digunakan Uji T. Dengan membandingkan T hitung dengan T tabel pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ jika T hitung $> T$ tabel maka dapat dibuktikan bahwa variabel bebasnya yang diteliti dapat menerangkan variabel terikatnya, dan berarti ada pengaruh diantara dua variabel yang diteliti.

5.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regression*) berdasarkan uji signifikan simultan (F test), uji koefisien determinasi (R^2), uji signifikan parameter individual (t test) untuk menguji hipotesis penelitian digunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 17.0.

5.7.1 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen

seperti pada hipotesis pertama. Pengujian secara bersama-sama ini dengan menggunakan uji F. Analisa uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Namun sebelum membandingkan nilai F tersebut harus ditentukan tingkat kepercayaan $(1 - \alpha)$ dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n - (k + 1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Alpha (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 dengan hipotesis dua sisi (2 tail).

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $p\ value > \alpha$ dikatakan tidak signifikan. Dan sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $p\ value < \alpha$, dikatakan signifikan. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh dengan variabel dependen.

Hasil analisis uji F dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.13 : Hasil Analisis Regresi Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.764	3	108.921	103.316	.000 ^a
	Residual	75.907	72	1.054		
	Total	402.671	75			

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Orang, Proses

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dengan demikian diketahui $F_{hitung} 103,316 > F_{tabel} 2,732$ dengan Signifikan sebesar : $0,000 < 0,05$. Artinya adalah bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

5.7.2 Uji Parsial (Uji t)

Setelah diketahui adanya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, selanjutnya perlu diketahui apakah semua variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hal itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan uji t statistik.

Pengujian dilakukan dengan dua arah (2 tail) dengan tingkat keyakinan 95% dan dilakukan uji tingkat signifikan pengaruh hubungan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dimana tingkat signifikansi ditentukan sebesar 5% dan *degree of freedom* (df) = n-k.

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, dengan kata lain variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Hasil penelitian dengan menggunakan uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.14 : Hasil Analisis Regresi Uji Partial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.288	.764		2.995	.004
Orang	.239	.055	.267	4.314	.000
Proses	.290	.069	.363	4.191	.000
Bukti Fisik	.384	.084	.399	4.541	.000

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.288	.764		2.995	.004
Orang	.239	.055	.267	4.314	.000
Proses	.290	.069	.363	4.191	.000
Bukti Fisik	.384	.084	.399	4.541	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Olahan SPSS Versi 17.

Untuk menguji signifikansi dari variabel independen, dilihat dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Besarnya t_{hitung} dapat dilihat dari t_{tabel} 1,994.

Dari hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel orang sebesar $4,314 > t_{tabel}$ 1,993 dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya variabel orang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan untuk variabel proses diketahui t_{hitung} $4,191 > t_{tabel}$ 1,993 dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya variabel proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian untuk variabel bukti fisik diketahui t_{hitung} $4,541 > t_{tabel}$ 1,993 dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orang, proses, dan bukti fisik secara partial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Riau Media Televisi (Rtv) Pekanbaru. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Riau Media Televisi

(R_{tv}) di kota Pekanbaru adalah orang, proses, dan bukti fisik.

5.7.3 Uji Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen (orang, proses dan bukti fisik) dapat menjelaskan variabel dependennya (kepuasan pelanggan). Dengan demikian persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

Tabel 5.15 : Pedoman untuk memberikan interval interpretasi koefisien korelasi

Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat.

Sumber : Sugiono (2003:183)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. 16 : Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.901 ^a	.811	.804	1.02677	1.844

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Orang, Proses

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pada tabel 5.16 dijelaskan nilai R menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. dan pada model regresi diketahui

nilai R sebesar 0,901. Artinya adalah bahwa korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen memiliki hubungan yang sangat kuat. Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,804. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 80,4 %. Sedangkan sisanya 19,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.